

## Kriz Algısının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Özyeterliğin Aracılık Rolü (The Impact of Crisis Perception on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Self-Efficacy )

Cihan SEÇİLMİŞ<sup>a</sup> Ebru DÜŞMEZKALENDER<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye. [csecilmis@ogu.edu.tr](mailto:csecilmis@ogu.edu.tr)

<sup>b</sup> Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye. [earslaner@ogu.edu.tr](mailto:earslaner@ogu.edu.tr)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Kriz algısı Özyeterlik Girişimcilik niyeti Turizm eğitimi  Gönderilme Tarihi 14 Mart 2020 Revizyon Tarihi 10 Haziran 2020 Kabul Tarihi 20 Haziran 2020  <b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi	<b>Amaç</b> – Bu çalışmada kriz algısı ile girişimcilik niyeti ilişkisinde özyeterliğin aracılık rolünün tespit edilmesi amaçlanmaktadır. <b>Yöntem</b> – Araştırma evreni turizm fakültelerinde eğitim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Veriler kolayda örnekleme tekniği kullanılarak toplanmış ve 247 turizm eğitimi alan öğrenciye ulaşılmıştır. Çalışmanın verileri yüz yüze anket tekniğiyle toplanmış ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. <b>Bulgular</b> – Araştırma sonuçları turizm eğitimi alan öğrencilerin kriz algısı ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve anlamlı, aynı şekilde özyeterlik ile girişimcilik niyeti arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmada, özyeterliğin, kriz algısı ve girişimcilik niyeti ilişkisinde aracılık etkisinin olduğu da tespit edilmiştir. <b>Tartışma</b> – Bu çalışma kriz algısının, girişimcilik niyetini pozitif yönde de etkileyebileceğini göstererek literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlaması bakımından önemlidir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<b>Keywords:</b> Perception of crisis Self-efficacy Entrepreneurial intention Tourism education  Received 14 March 2020 Revised 10 June 2020 Accepted 20 June 2020  <b>Article Classification:</b> Research Article	<b>Purpose</b> – In this research, it is aimed to determine the mediating role of self-efficacy in the perception of crisis and entrepreneurial intention. <b>Design/methodology/approach</b> – The population of the research consists of students studying in tourism faculties. During the data collection process, the convenience sampling method was used and have reached 247 students. The data of the study were collected by the face to face questionnaire technique. Study data were analyzed using the structural equation model. <b>Findings</b> – The results obtained that positive and significant relationship between the perception of crisis and the intention of entrepreneurship. In the same way, positive and significant relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention. Another important result of the study is that self-efficacy has a mediating effect on the relationship between crisis perception and entrepreneurial intention. <b>Discussion</b> – This study is important in terms of contributing to the literature and practitioners because of perception of crisis positively affects on entrepreneurship intention.

### 1. Giriş

Teknolojik ve bilimsel gelişmeler hem işletmeler hem bireyler için birçok fırsat sunmakla birlikte, yenilikleri yakalayabilmeyi bir zorunluluk haline getirmiştir. Özellikle iş kurma veya rekabet edebilme koşulları bilgiyi en iyi şekilde kullanımı gerektirmektedir. Diğer taraftan bilgiye ulaşımın kolaylaşması, yeni fikirlerin ortaya atılması, benimsenmesi ve yaygınlaşmasını kolaylaştırmıştır. Bu anlamda yenilik içeren ve işletmelere, topluma ve bireylere katkı sunabilen girişimcilik faaliyetleri önem kazanmıştır. Bu bağlamda dikkat çeken girişimcilik ve girişimcilik niyeti kavramları, son yıllarda hem araştırmacıların hem de karar vericilerin ilgi odağı haline gelmiştir.

#### Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Seçilmiş, C., Düşmezkalender, E. (2020). Kriz Algısının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Özyeterliğin Aracılık Rolü, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 2142-2150.

Girişimcilik niyeti birçok duruma bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Bu anlamda özellikle krizler dikkat çekmektedir. Kriz dönemleri birçok kişi ve işletme için beklenmedik sonuçlar doğurduğundan istenmeyen bir durum gibi görülse de, birçok kriz girişimcilik niyeti yüksek olanlar için bir fırsat sunabilmektedir. Bu kişiler kriz dönemlerini fırsata çevirerek, yeni fikirleriyle önemli işler yapabilmektedirler. Ancak krizler girişimcilik niyetini azaltan bir faktör olarak da değerlendirilebilir. Krizlerin olumsuz etkileyebileceği girişimcilik niyeti birçok kişilik özelliğiyle de olumlu etkilenebilmektedir. Mirza ve Demiral'ın (2019) çalışmasında da belirtildiği gibi yenilikçi olma, risk alma, kendine güven, kontrol odağı gibi kişilik özellikleri girişimcilik eğilimini artırmaktadır.

Literatürde bir dizi çalışmanın özyeterlik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu aldığı görülmektedir. Örneğin bir çalışmada özyeterliğin; girişimci niyetleri ve bu niyetlerin girişimci eylemlerle sonuçlanma olasılığını belirlemede açıklayıcı bir değişken olarak görüldüğüne vurgu yapılmaktadır (Boyd ve Vozikis, 1994:66). Çolakoğlu ve Çolakoğlu (2016) ise yaptıkları çalışmada özyeterliği yüksek kişilerin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olacağı sonucunu ortaya koymaktadır. Şeşen ve Basım (2012) da öğrencilerin özyeterlik özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir.

Bu çalışmada öğrencilerin kriz algıları ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması, bu ilişkide özyeterliğin aracılık rolünün tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Literatür incelendiğinde belirtilen üç değişkenin birlikte ele alındığı bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu anlamda girişimcilik niyetinin kriz ve özyeterlik bağlamında değerlendirildiği bu çalışmanın gelecekle ilgili bir harita oluşturmak anlamında önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca girişimcilik faaliyetlerine daha çok gençlerin eğilimli olduğu düşünüldüğünde, belirtilen değişkenlerin öğrenciler örnekleminde gerçekleştirilmesinin çalışmaya daha fazla anlam kattığı düşünülebilir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kriz, girişimcilik niyeti, özyeterlik kavramlarına ilişkin literatür bilgisi sunularak, öğrenciler üzerine gerçekleştirilen nicel bir çalışmanın bulgu ve sonuçlarına yer verilmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kriz

Genel anlamda kriz; endişe, stres, felaket, buhran, bunalım anlamlarına gelen ve birçok farklı şekilde tanımlanan bir kavramdır. Yönetim literatüründe ise kriz en çok kullanılan terimlerden birisi olup (Santana, 2004:306), bir örgütün düzenini bozan, varlığını tehdit eden, hızlı bir şekilde ortaya çıkan ve acil çözüm gerektiren bir durum olarak tanımlanmaktadır.

Kriz önceden fark edilemeyen ani değişiklikleri ifade etmekte olup, acil bir şekilde cevap vermeyi gerektirmektedir. Dolayısıyla beklenmedik durumlarda ortaya çıkabilmektedir. Ancak gerekli önlemler alındıktan sonra olumsuz etkileri azaltılabilir ve denetim altında tutulabilir. Oluşturulan strateji ve politikalar işletmelerin daha sonra yaşanacak krizlere hazırlıklı olmasını sağlayacaktır (Çetinsöz, 2010:38). Çevresel değişiklikler dikkate alınmaz, hatalı kararlar verilirse kriz yönetimi zorlaşmakta krizin süresi de uzamaktadır.

Tüm sektörler krizlerden etkilense de kuşkusuz turizm krizlere karşı en duyarlı sektördür. Büyük olaylar, terör saldırıları, doğal afetler, salgınlar, değişen perdede birçok olay turizm sektörü üzerinde yıkıcı etkilere neden olmaktadır (Santana, 2004:299). Turizmde kriz, sektörün veya sektörde faaliyet gösteren işletmelerin, doğal afet, sosyo-ekonomik değişiklikler, terör olayları, uygulanan yanlış politika ve yönetim uygulamalarıyla büyük zararlara uğraması veya iflasla karşı karşıya kalmasıyla birlikte belirtilen bu sorunların çözümü için arayış içine girmesi olarak ifade edilebilir (Yakut Aymankuy, 2001:106). Krizin nasıl olduğu ve hangi nitelikler taşıdığı tam olarak anlaşılabilirse, turizm işletmeleri krize yönelik çözümler geliştirebilmekte, kriz en az zararla atlatılabilmekte ve hatta belki krizin fırsata dönüşme ihtimali bile olabilmektedir (Göral, 2014:90-91).

### 2.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimci, işletmenin kaynaklarını bir araya getirerek yeni işlerin oluşturulmasında riski üstlenecek girişimcilik ruhu taşıyan kişi olarak tanımlanmaktadır (Saruhan ve Yıldız, 2013:24). Girişimcilik niyeti ise, kişinin girişimci davranışı gerçekleştirmek için göstereceği çabadır (Linan ve Chen, 2009:596). Başka bir anlatımla ise girişimcilik niyeti, bireylerin yeni işler kurmak veya mevcut işletmeler içinde yeni değerler gerçekleştirmek için yapılan eylemlerin bilişsel bir temsili olarak ifade edilmektedir (Fini vd., 2012:5).

Literatürde, girişimciliği etkileyen birçok faktörden bahsedilse de; bireylerin tutumları, deneyimleri, davranışları, kişiliği ve demografik özelliklerinin girişimcilik niyetini etkilemede önemli rol oynadığını gösteren çalışmalara da rastlanmaktadır. Örneğin Kalkan (2011) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin kişisel tutumunun girişimcilik niyetleri üzerinde etkili sonucuna ulaşmıştır. Şeşen ve Basım (2012) yaptıkları çalışmada öğrencilerin yaş, cinsiyet, önceki iş deneyiminin girişimcilik niyetlerini farklılaştırdığını ortaya koymaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin belirlendiği başka bir çalışmada, kendine güven, başarıma ihtiyacı, iç kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir (Koca Ballı ve Üstün, 2019).

### 2.3. Özyeterlik

Yönetim ve eğitim bilimleri literatüründe, yeterlik ve özyeterlik kavramları farklı amaçlar için farklı şekillerde tanımlanmıştır. En yaygın olanları ise, mesleki yeterlik, kolektif yeterlik, matematiksel yeterlik, akademik özyeterlik ve öğretmen özyeterliğidir. Eğitim ve yönetim bilimlerinde ise 1990 yılından sonra özyeterlik kavramının yaygın bir şekilde çalışıldığı görülmektedir (Orhan ve Komşu, 2016:2). Özyeterlik, bir kişinin çok stresli ve zorlayıcı taleplerle başa çıkma yeterliğine olan inancıdır (Luszczynska vd., 2005:439).

Özyeterlik, bireylerin belirledikleri bir amaç doğrultusunda, ne kadar çaba harcayacakları, ne kadar zorluğa dayanabilecekleri, başarısızlık karşısında ne gibi tepki vereceklerini etkilemektedir (Akkoyunlu vd., 2005:1). Özyeterlik kişinin bir durumla başa çıkabilmek için yapılması gereken eylemlerin ne kadar iyi yapılabildiğine ilişkin yargılarla ilgilidir. Burada iki durum söz konusudur. Bireylerin sahip olduğu yargılar olumlu ise, karşılaşılan durumla ilgili yargılar kişiyi başarıya ulaştıracaktır. Diğer durumda ise, olumsuz yargılara sahip bireyler başarısızlık kaygısı yaşayacaktır (Morgil vd., 2004:63). Başarılı deneyimler, olumlu geribildirimler, pozitif olma özelliği özyeterliği artıran kavramlar olarak değerlendirilmektedir. Güçlü bir özyeterlik özelliğine sahip bireylerde, başarı ve iyilik hali oluşmakta, kişisel gelişim becerileri çeşitlenmektedir (Uysal, 2013:144-145). Bir kişi bir işi yapabilecek yeteneğe sahip olmasına rağmen, özyeterlik inancı düşük olabilirken, beceri sahibi olmayan bir birey de yüksek özyeterlik inancına sahip olabilmektedir (Bolat, 2011:256).

### 3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu çalışmanın amacı, kriz algısı ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide özyeterliğin aracılık rolünün tespit edilmesidir. Buradan hareketle araştırma için belirlenen hipotezler şunlardır:

- H1. *Kriz algısının girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*
- H2. *Kriz algısının özyeterlik üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*
- H3. *Özyeterliğin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.*
- H4. *Kriz algısı ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide özyeterliğin aracılık rolü vardır.*

### 4. Yöntem

Nicel araştırma yaklaşımına dayanan bu çalışmada ölçme aracı olarak iki ana bölümden oluşan anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümde çalışanların kriz algılarını ölçen 7 ifade (Manzano-García vd., 2017, Seçilmiş vd., 2019) özyeterliliği ölçen 10 ifade (Schwarzer vd., 1997:71-72) ve girişimcilik niyetini ölçen 6 ifade (Linan ve Chen, 2009) yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik yedi soru (cinsiyet, yaş, medeni durum, tecrübe, günlük çalışma saati, eğitim ve aylık gelir) bulunmaktadır. İlgili ifadeler 5'li likert tipi ölçek (1-kesinlikle katılmıyorum ile 5-kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. Anket çalışmasından önce, ölçeğin güvenilirliğini test etmek için 25 kişiyle pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin güvenilirliğine Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) katsayısı ile bakılmış, test sonucunda ( $\alpha$ ) değeri 0,87 olarak bulunmuş ve ölçeğin yüksek güvenilir olduğu görülmüştür.

#### 4.1. Evren ve Örneklem

Çalışma evrenini, turizm fakültelerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin üniversiteyi bitirip, belli tecrübeleri edindikten sonra girişimci olarak sektörde yer alma ihtimali yüksektir. Ancak yaşanan krizlerin en çok etkilediği sektörlerden biri de turizm sektörü olduğundan kriz algısı girişimcilik niyetini etkileyebilmektedir. Bu noktada özyeterlik girişimcilik niyetini artırıcı etki yaratabilir. Bu nedenle çalışmada kriz algısı, özyeterlik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Araştırma kapsamında basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 400 adet anket dağıtılmış ve 284 adet anket toplanmıştır.

Araştırmada 37 anket eksik ve hatalı doldurulduğundan değerlendirilmeye alınmamış ve 247 anket analize dahil edilmiştir. Veriler 1-30 Mayıs 2019 tarihleri arasında yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır.

Yapısal eşitlik modelinde, uyum ölçütlerinden biri araştırma örnekleminin yeterliliğinin değerlendirildiği "kritik n" değeri olup, kritik N istatistiği için 200'ün üzerinde bir değer model için yeterli uygunluk göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bollen, 1989).

Araştırmaya dahil olan öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerini belirten frekans dağılımları Tablo 1'de gösterilmiştir. Buna göre; araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında erkek öğrencilerin % 59,5 ile daha fazla katılım gösterdiği görülmektedir. Ailesinin aylık geliri en yüksek olan grup 2001-3000 TL (%28,7) arasında olan öğrencilerdir.

**Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Özellikleri**

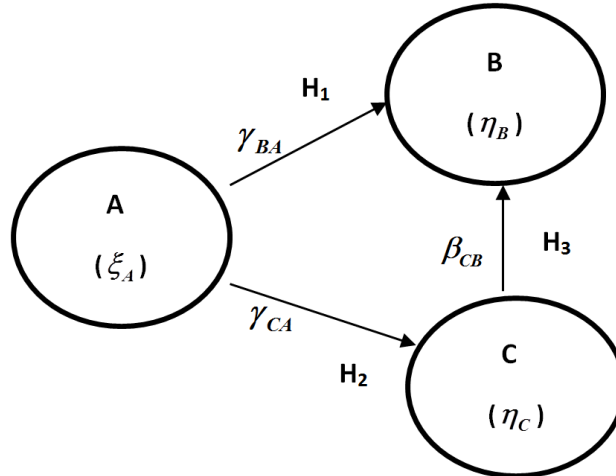
	f	%		f	%	
<b>Cinsiyet</b>						
Kadın	100	40,5	<b>İş Tecrübesi</b>	74	30,0	
Erkek	147	59,5		0-3 ay	63	25,5
				3-6 ay	30	12,1
<b>Ailede Ticaret Yapma</b>						
Var	88	35,6	6-9 ay	17	6,9	
Yok	159	64,4	9-12 ay	8	3,2	
<b>1 yıl +</b>						
			55	22,3		
<b>Gelir</b>						
<b>Sınıf</b>						
1.	79	32,0	2000-	33	13,4	
2.	63	25,5	2001-3000	71	28,7	
3.	46	18,6	3001-4000	56	22,7	
4.	59	23,9	4001-5000	25	10,1	
			5001+	62	25,1	
<b>Yaşanılan Yer</b>						
<b>Girişimcilik Dersi Alma</b>						
Köv	8	3,2	Evet	84	34,0	
İlçe/kasaba	56	22,7	Hayır	163	66,0	
İl	183	74,1				

**Not: n: 247**

İş tecrübesi açısından bakıldığında öğrencilerin %30'unun bir iş tecrübesi bulunmazken, ailelerinde ticaretle uğraşanların oranı da % 35,6'dır. Öğrencilerin % 66 gibi büyük bir kısmı girişimcilik dersi almazken, illerde yaşayanların oranı ise % 74' olarak belirlenmiştir.

#### 4.2. Verilerin Analizi

Verileri analiz etmek için LISREL 8.80 kullanılarak öncelikle doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Yakınsaklık geçerliliğinin değerlendirilmesinde ölçüm modeli, yapılar arasındaki ilişkilerin kuvvet ve yönünü belirlemek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.



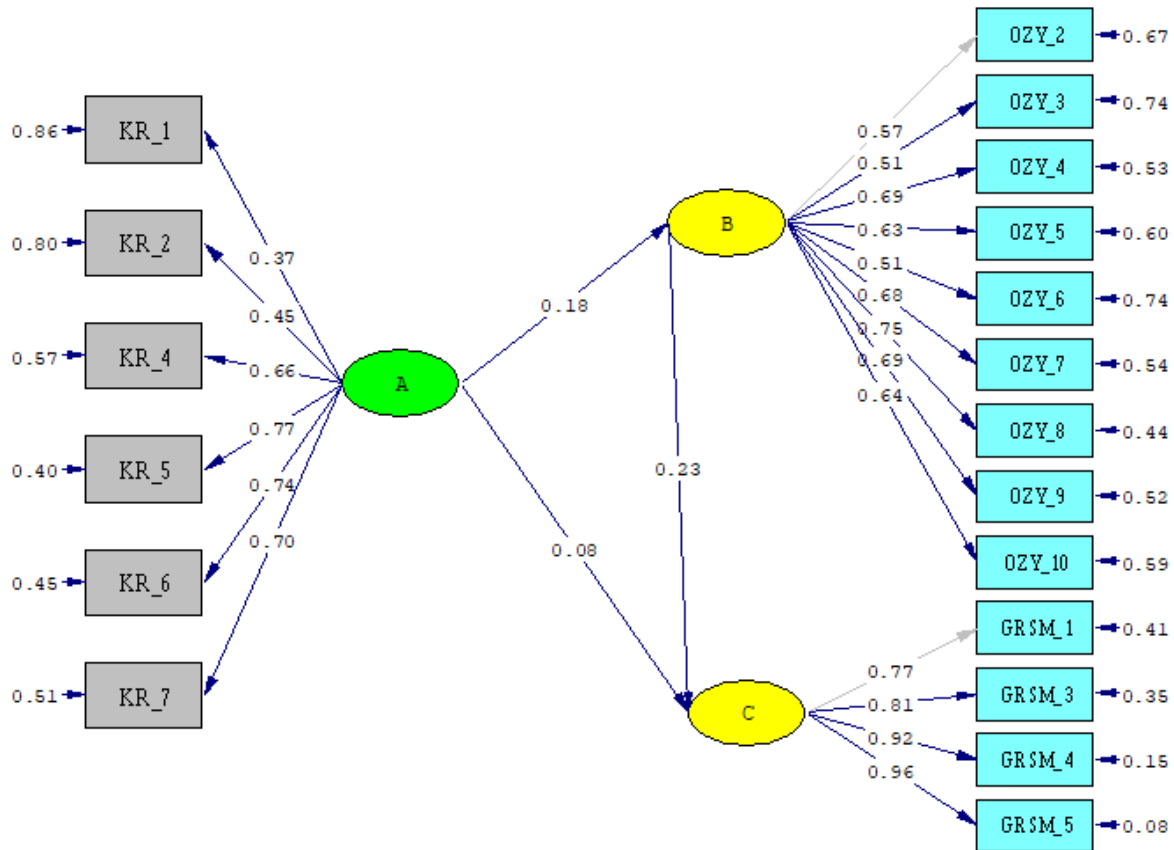
A: Kriz Algısı; B: Girişimcilik Niyeti; C: Özyeterlik

**Şekil 1. Kriz Algısı, Özyeterlik ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkiler İçin Önerilen Model**

Modelde,  $\xi_A$ : öğrencilerin kriz algısını,  $\eta_B$ : girişimcilik niyetini,  $\eta_C$ : özyeterliğini  $\gamma_{BA}$ : kriz algısının, girişimcilik niyeti üzerindeki doğrudan etkisini;  $\gamma_{CA}$ : kriz algısının, özyeterlik üzerindeki doğrudan etkisini;  $\beta_{CB}$ : özyeterliğin girişimcilik niyeti üzerindeki doğrudan etkisini göstermektedir.

### Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları

Yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla araştırma hipotezlerinin test edilmesine ilişkin analizlere ilişkin sonuçlar Şekil 2 ve Tablo 2 de gösterilmektedir.



Chi-Square=332.72, df=149, P-value=0.00000, RMSEA=0.071

Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modellemesi

“A: Kriz algısı” bağımsız gizil değişkeninin “C: Girişimcilik niyeti” bağımlı gizil değişkenini pozitif olarak etkilediği görülmektedir. A ve C değişkenleri arasındaki ilişki katsayısı 0,08’dir. Bu durumda öğrencilerin krize yönelik algılarındaki bir birimlik artış, öğrencilerin girişimcilik niyetini 0,08 birim arttırmaktadır. Benzer şekilde, “A: kriz algısı” bağımsız gizil değişkeninin “B: özyeterlik” bağımlı gizil değişkenini pozitif olarak etkilediği görülmektedir. A ve B değişkenleri arasındaki ilişki katsayısı 0,18’dir. Yani öğrencilerin kriz algılarındaki bir birimlik artış, özyeterliklerini 0,18 birim arttırmaktadır. Bu katsayılardan yola çıkarak turizm öğrencilerinin kriz ortamlarında iş bulamama riskine karşın girişimcilik niyetlerinin artacağı söylenebilir.

Tablo 2. Önerilen Modelin Uyum Değerleri ve Standart Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Değeri	Uyum
$\chi^2 / sd$	$0 \leq \chi^2 / sd < 2$	$2 \leq \chi^2 / sd \leq 3$	2,23	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,071	Kabul Edilebilir
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,073	Kabul Edilebilir
NFI	$0,95 < NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95^a$	0,90	Kabul Edilebilir
NNFI	$0,97 < NNFI \leq 1,00$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97^b$	0,95	Kabul Edilebilir
IFI	$0,95 < IFI \leq 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,93	Kabul Edilebilir
RFI	$0,95 < RFI \leq 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,93	Kabul Edilebilir
CFI	$0,97 < CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,95	Kabul Edilebilir
GFI	$0,95 < GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,88	Kabul Edilebilir
AGFI	$0,90 < AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	0,85	Kabul Edilebilir

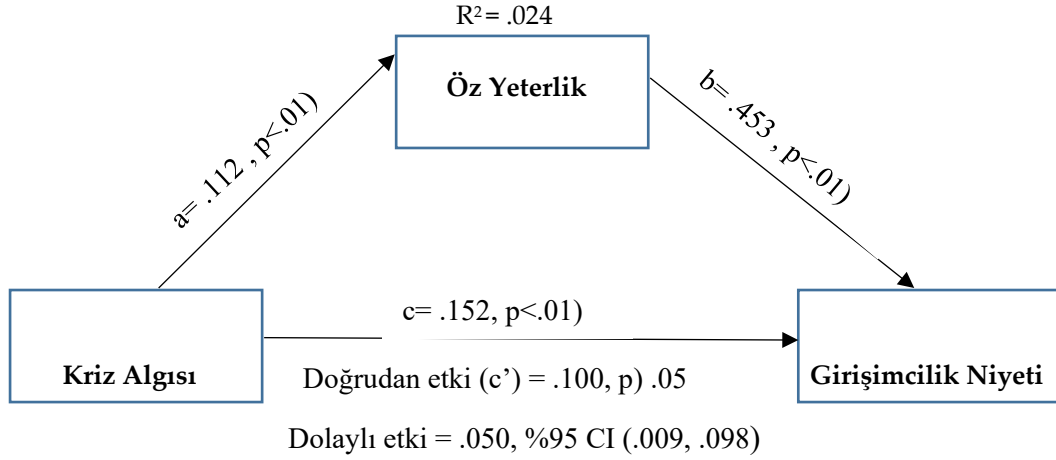
Araştırma değişkenleri tek boyutlu doğaları nedeniyle ölçüm modeline birinci düzey olarak dâhil edilmiştir. Sonuçlara göre, ölçüm modeli kabul edilebilir indislere sahiptir ( RMSEA = 0.071, CFI = 0.951, NFI = 0.953). 0.90'dan büyük veya ona eşit CFI ve NFI değerleri kabul edilebilir uyumu gösterirken (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007), 0.080'dan küçük RMSEA değeri kabul edilebilir uyumu göstermektedir (Hu ve Bentler, 1999). Kriz algısı ölçeğine ait bir, girişimcilik niyetine ait iki ve öz yeterliğe ait bir ifade düşük değerler nedeniyle, ölçüm modelinden çıkarılmıştır. Geriye kalan ifadeler anlamlıdır ( $p < 0.01$ ). Tablo 3'de gösterildiği gibi, bileşik güvenilirlik değerleri 0.79-0.92 aralığındadır. Bu bulguya göre yapı güvenirliliği tesis edilmiştir (Bagozzi ve Yi, 1988). Açıklanan ortalama varyans değerleri 0.35- 0.75 aralığındadır. Fornel ve Larcker (1981) AVE değeri 0,50'nin altında olmasına rağmen CR değeri 0,70'in üzerinde ise 0,50'nin altındaki AVE değerlerinin de kabul edilebileceğini belirtmektedir. Alfa katsayıları 0.789-0.830 aralığındadır. Bu sonuç yapıların içsel tutarlılığına işaret etmektedir (Nunnally, 1978).

Tablo 3. Ölçüm Modeli

Faktörler / Maddeler	Standart Yükler	t-değeri	$R^2$	A
<b>A: Kriz Algısı</b> CR=0.79 AVE=0.39	0,37	5,52***	0,1369	.822
	0,45	6,74***	0,2025	
	0,66	10,59***	0,4356	
	0,77	13,07***	0,5929	
	0,74	12,34***	0,5476	
	0,70	11,53***	0,4900	
<b>B: Öz Yeterlilik</b> CR=0.86 AVE=0.35	0,57	10,26***	0,3249	856
	0,51	6,56***	0,2601	
	0,69	8,08***	0,4761	
	0,63	7,64***	0,3969	
	0,51	6,49***	0,2601	
	0,68	7,99***	0,4624	
	0,75	8,49***	0,5625	
	0,69	8,02***	0,4761	
<b>C: Girişimcilik Niyeti</b> CR=0.92 AVE=0.75	0,77	10,26***	0,5929	.942
	0,81	13,67***	0,6561	
	0,92	16,18***	0,9464	
	0,96	16,83***	0,9216	

Yapılan YEM analizine göre, kriz algısının, öz yeterlik ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ortaya koyan faktörler ve bu faktörlere ait parametre tahminleri Tablo 3'de gösterilmektedir. Yapılan analizler sonucunda  $H_1$ ,  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri desteklenmiştir.

Turizm öğrencilerinin kriz algılarının, girişimcilik niyetine etkisinde, öz yeterliğin aracılık rolü olup olmadığını test etmek için bootstrap yöntemini kullanan regresyon analizi yapılmıştır. Analizler yapılırken Process makro kullanılmıştır (Hayes, 2018). Bootstrap ile yapılan aracılık etki analizinde araştırma hipotezinin desteklenebilmesi için analizin %95 güven aralığındaki (CI) değerlerin sıfır (0) değerini kapsamaması gerekmektedir (MacKinnon vd., 2004). Bu amaçla yapılan regresyon analizi sonuçları Şekil 3’ de verilmiştir.



Şekil 3. Aracılık İlişkisi

Buna göre öğrencilerin kriz algılarının, girişimcilik niyetleri üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla öz yeterliğin kriz algısı ile girişimcilik niyeti ilişkisine aracılık ettiği tespit edilmiştir ( $b = .050$ , %95 CI [.009, .098]). Görüldüğü gibi Bootstrap alt ve üst güven aralığı değerleri, sıfır (0) değerini içermemektedir. Buna göre  $H_4$  hipotezi desteklenmiştir.

## 5. Tartışma ve Sonuç

Literatür incelendiğinde, önceki çalışmalarda çoğunlukla girişimcilik niyetini etkileyen bireysel faktörler üzerinde durulduğu, krizlerin girişimcilik niyetine etkisinin araştırmalara konu olmadığı görülmüştür. Krizlerin yoğun bir biçimde etkilediği turizm sektörü için böyle bir çalışma önem taşımaktadır. Turizm sektörü krizlerden en çok etkilenen sektörlerden birisidir. Krizin en önemli göstergelerinden biri de düşen doluluk oranlarına paralel olarak istihdamın da azalmasıdır. Bu nedenle kriz algısı, riskler barındırması nedeniyle girişimcilik niyetini azaltabilirken aynı zamanda iş bulamama endişeleri ve krizi fırsata çevirmek isteyen kişiler içinse girişimcilik niyetini artırabilmektedir.

Çalışma sonuçları, turizm eğitimi alan öğrencilerde, kriz algısının, girişimcilik niyetini arttırdığını göstermektedir. Kriz ve girişimcilik ilişkisini birebir konu alan bir çalışmaya rastlanmamış olmasına rağmen benzer bir değişken olarak risk ele alındığında, Zhao vd.'nin (2005) risk eğiliminin girişimcilik niyeti üzerine etkisini değerlendirdikleri çalışma sonuçlarıyla, bu çalışma sonuçlarının paralellik gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında risk eğiliminin girişimcilik üzerindeki olumsuz etkisine ilişkin ampirik çalışmalar da (Miner ve Raju, 2004; Stewart ve Roth, 2001) mevcuttur. Bu sonuçlar turizm eğitimi alan öğrencilerin, mezun olduktan sonra iş bulma endişeleri nedeniyle kendi işyerlerini açma konusunda düşünceleri olabileceğini ortaya koymaktadır.

Araştırmadaki diğer bir sonuç özyeterlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki bulunmasıdır. Bu sonuç değerlendirildiğinde, öz yeterliliği yüksek olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin artacağı söylenebilmektedir. Bu sonuç literatürdeki bazı araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Chelariu vd., 2008; Freling ve Forbes 2005; Jung vd., 2001; Krueger vd., 2000; Wilson vd., 2007; Zhao vd., 2005).

Araştırma sonuçları kriz algısı ve girişimcilik niyeti ilişkisinde özyeterliğin aracılık rolü olduğunu göstermektedir. Yani özyeterlik, kriz algısının girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisini arttırmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin girişimci olmalarının sağlanmasında özyeterliklerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bulgular, kriz algısının etkisi için teorik bir açıklama sunarak önceki çalışmaların ötesine geçmektedir. Sonuçlar, kriz algısının, öz-yeterlik üzerinden girişimci niyetlerin ortaya çıkmasında rol oynadığını

göstermektedir. Bu durum kriz durumunu soğukkanlı bir şekilde yönetip krizi fırsata çevirebilecek kişiler için daha fazla geçerli olabilir. Gelecek çalışmalar için, girişimcilik niyetine etki edebilecek diğer faktörlerin de dahil edilerek, kriz algısının aracılık etkisine bakılması önerilebilir.

### Kaynakça

- Akkoyunlu, B., Orhan, F., & Umay, A. (2005). Bilgisayar öğretmenleri için "Bilgisayar öğretmenliği özyeterlilik ölçeği" geliştirme çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29, 1-8.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bolat, O. İ. (2011). Öz yeterlilik ve tükenmişlik ilişkisi: lider-üye etkileşiminin aracılık etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 255-266.
- Bollen, K.A., (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.
- Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions, *ET&P, Summer*, 63-77.
- Chelariu, C., Brashear, T. G., Osmonbekov, T., & Zait, A. (2008). Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level cultural antecedents. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(6), 405-415.
- Çetinsöz, B. C. (2010). Kriz yönetimi. İçinde Çolakoğlu, Ü. ve Çolakoğlu, O. E. (ed.). *Stratejik Yönetim ve Turizmde Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çolakoğlu, H., & Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi ile öz yeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli ilişkisi üzerine bir saha araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Girişimcilik Özel Sayısı, Bahar*, 17(37), 70-84.
- Fini R., Grimaldi R., Marzocchi G. L., & Sobrero M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 387-414.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Freling, T. H., & Forbes, L. P. (2005). An empirical analysis of the brand personality effect. *Journal of Product & Brand Management*, 14(7), 404-413.
- Göral, R. (2014). Turizm sektöründe stratejik kriz yönetimine ilişkin bütünsel bir çerçeve. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı*, 32, 89-101.
- Hayes, A. F., (2018). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach. New York: Guilford Press.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., & Baik, K. B. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: A comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41-55.
- Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2011/2(14), 189-206.
- Koca Ballı, A. İ. & Üstün, F. (2019). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerine etkisi: uygulamalı girişimcilik eğitimine katılanlar üzerine bir çalışma. *BMIJ*, 7(1), 308-326.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.



- Linan, F. & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *ET&P, May*, 593-617.
- Luszczynska, A., Scholz, U., & Schwarzer, R. (2005). The general self-efficacy scale: multicultural validation studies. *The Journal of Psychology, 139*(5), 439-457.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M. & Williams, J. (2004). Confidence limits fort he indirect effect: distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research, 39*, 99-128.
- Manzano-García, G., Montañés, P., & Megías, J. L. (2017). Perception of economic crisis among spanish nursing students: its relation to burnout and engagement. *Nurse Education Today, 52*, 116-120.
- Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology, 89*, 3-13.
- Mirza, Ş. & Demiral, G. (2019). Kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri ve yüksek lisans öğrencileri üzerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 11*(4), 3256-3268.
- Morgil, İ., Seçken, N. & Yücel, A. S. (2004). Kimya Öğretmen adaylarının öz-yeterlik inançlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *BAÜ Fen Bil. Enst. Dergisi, 6*(1), 62-72.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Orhan, U. & Komşu, U. C. (2016). Akademisyenlerde özyeterlik algılarının ve tükenmişlik düzeylerinin, öğrenmeye yönelik tutuma ve iş tatminine etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16*(3), 1-18.
- Santana, G. (2004). Crisis management and tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 15*(4), 299-321.
- Saruhan, Ş. C. & Yıldız, M. L. (2013). *Çağdaş yönetim bilimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Schwarzer, R., Bassler, J., Kwiatek, P., Schroder, K., & Zhang, J. X. (1997). The assessment of optimistic self-beliefs: Comparison of the German, Spanish, and Chinese versions of the general self-efficacy scale. *Applied Psychology, 46*(1), 69-88.
- Seçilmiş, C. Düşmezkalender, E, & Özhasar, Y. (2019). Kriz ve meslekten ayrılma niyeti ilişkisi: algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10*(20) , 301-317.
- Stewart, W. H., Jr., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity difference between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology, 86*, 145–152.
- Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış, 12, Özel Sayı*, 21-28.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Uysal, İ. (2013). Akademisyenlerin genel öz-yeterlik inançları: AİBÜ Eğitim Fakültesi örneği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3*(2), 144-151.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice, 31*(3), 387-406.
- Yahut Aymankuy, Ş. (2001). Turizm sektöründe kriz yönetimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6*, 105-118.
- Zhao, H. , Hills, G.E. , & Siebert, S.E. (2005). The mediating role of self–efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology, 90*(6), 1265–1272.